SOPORTE DE LA SESIÓN

Sesión: **Sesión 8. Selección de mercados objetivos**

Intensidad: 2 horas

Experto / encargado: Vanessa Báez Morales
Fecha: 22/08/2025
Hora: 9 a 11 am
Asistentes: 10 asistentes

- Juan Sebastián Suárez Naranjo
- Jhon Jairo González Peláez
- Juan Camilo Giraldo Bustamante
- Laura Marcela Gómez Idárraga
- Víctor Mauricio Toro Gaviria
- María Paulina Arroyave García
- Leidy Jhoana Patiño Muñoz
- Angie Tatiana Rodríguez Aras
- Alejandro Arango Quintero
- Melissa Pérez Jiménez

Objetivo: Guiar a las marcas en la identificación y construcción de sus segmentos de mercado, a través de conceptos, metodologías y ejercicios prácticos, para que definan un perfil inicial de cliente que sirva como base en sus estrategias comerciales y de comunicación.

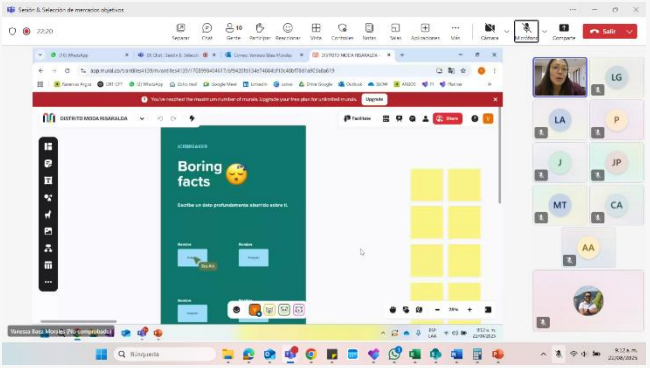
Temas tratados:

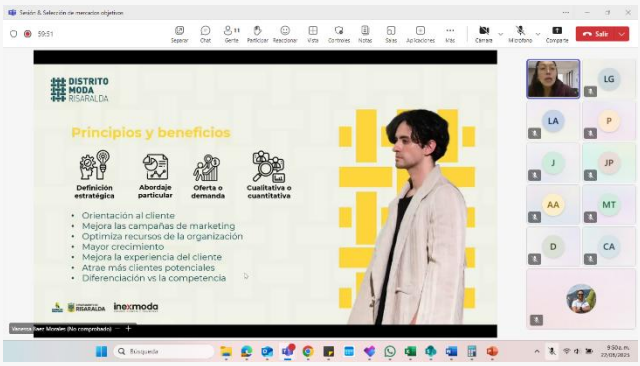
- Conozcámonos (Mural)
- ¿Qué es la segmentación?
- Tipos de segmentación
- Tipos de investigación
- Metodologías y herramientas
- Cierre y conclusiones

Ejercicios: Matriz de segmentación (Mural)

Tareas pendientes: Llenar formato de segmentación del perfil de cliente.

Pantallazo/Registro Fotográfico





Conclusiones

- Oportunidad de las marcas de realizar un ejercicio de segmentación más estructurados desde lo local, regional y nacional.
- Utilizar herramientas y técnicas de segmentación para aterrizar los conceptos y segmentaciones actuales.
- Utilizar la segmentación desde la conexión, diseño de producto hasta la comunicación de campañas de mercadeo y puntos de contacto.